

Таким образом, надо сказать, что сфера интеллектуального труда должна быть направлена на совершенствование сферы материального производства, т.е. иметь своей конечной целью новые технологии и рекомендации по оптимизации производства, через которые знания воплощаются в продукте труда.

#### Литература

1. Развитое социалистическое общество: сущность, критерии зрелости, практика ревизионистских концепций. М., 1973. С. 657.
2. Социальные проблемы труда и производства. Советско-польское сравнительное исследование / Под ред. Г.В. Осипова и Я. Щепаньского. М.-Варшава, 1969. С. 7, 9, 11

Тесленко И.В.,  
г. Екатеринбург

#### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Туристическая отрасль в российской экономике является одной из быстроразвивающихся. Стремительные темпы развития обусловили бурный рост небольших туристических фирм, для которых наиболее острой проблемой является их кадровый потенциал.

Отвечая на запросы рынка труда, большое количество российских вузов сегодня занимаются подготовкой кадров для туризма. Ежегодно в России выпускают порядка 25 тысяч специалистов в сфере туризма. По данным Министерства образования РФ, в нашей стране около 300 вузов (самого разного профиля), которые в той или иной степени «работают на отрасль»[2].

Так, в Москве сегодня для туристической индустрии готовят специалистов Институт туризма и гостеприимства Московского государственного университета сервиса (ИТГ МГУС), Международный институт гостиничного менеджмента и туризма (МИГМТ), Российская международная академия туризма (РМАТ), Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса при

правительстве Москвы (МАТГР), Российский новый университет (Рос НОУ). В Екатеринбурге подготовиться к работе в отрасли можно в стенах Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (УрФУ; «Менеджмент организации» и «Социально-культурный сервис и туризм»), в Российском государственном профессионально-педагогическом университете (РГППУ), Уральском государственном педагогическом университете (УрГПУ), Гуманитарном университете, Уральском филиале Российской международной академии туризма (УрФРМАТ) и некоторых других вузах. Так же можно говорить и о средних профессиональных учебных заведениях, готовящих специалистов для отрасли.

Внушительный перечень учебных заведений подталкивает к мнению, что кадровая проблема в отрасли решена. Однако это убеждение в корне неверно. Достаточно проанализировать интернет-ресурсы на предмет наличия вакансий от туристических фирм: представлен огромный выбор для кандидатов. На сегодняшний день только 25–30 % выпускников остаются работать в отрасли. Причин для данной ситуации несколько. Остановимся на некоторых из них.

Во-первых, в абсолютном большинстве вузы, осуществляющие подготовку специалистов для бизнеса, осуществляют ее на внебюджетной основе. Понятна позиция абитуриентов, рассматривающих в первую очередь бюджетные места. Вузы, работающие на туристический бизнес, вынуждены «довольствоваться» зачастую «очень средним» студентом. Данная ситуация не может не влиять на уровень подготовки будущих специалистов.

Во-вторых, платное образование особенно в негосударственных учебных заведениях становится специфической услугой: «платишь – получаешь диплом». В результате мы имеем дипломированного специалиста, который часто не собирается работать вообще нигде.

В-третьих, на сегодняшний день образовательный стандарт не отвечает запросам бизнеса. Данное несоответствие просматривается в нескольких

плоскостях. С одной стороны, работники профессорско-преподавательского состава преподносят специальность менеджера по туризму в несколько идеализированном виде: языковая практика, ознакомительные туры и т.д. С другой стороны, оказываясь на рабочем месте, выпускник вуза фактически не готов к выполнению повседневных должностных обязанностей не только в эмоционально-моральном плане, но ему не хватает и конкретных знаний.

Так возникает и четвертый отрицательный момент. Руководители бизнес-структур вынуждены специфически решать кадровые вопросы. Одни идут по пути «выращивания» кадров, другие предпочитают переманивать «готовых» менеджеров из других компаний. Причем путь переманивания наиболее распространен: данный работник имеет реальный опыт профессиональной деятельности, знаком со спецификой бизнеса, имеет наработанную клиентскую базу, осознает всю специфику отрасли.

На сегодняшний день более 50% работников туристической сферы не имеют базового профессионального образования. Это «самоучки», которые имеют образование в области менеджмента, экономики, юриспруденции, но всех их отличает высокий уровень целеустремленности, мобильность, настойчивость.

В связи с этим, возникают два наиболее актуальных пути развития ситуации: внедрить систему менеджмента качества образования и отразить специфические требования туристской отрасли к уровню подготовки специалистов.

Принцип тотального менеджмента качества (TQM), который лег в основу разработки стандартов серии ИСО 9000, позволил разработать группу базовых общепринятых стандартов. Последовательно развивая уже достигнутые в рамках разработки международного стандарта ИСО 9001:2000 договоренности, международные организации, действующие на глобальном уровне экономики, при создании собственных систем сертификации менеджмента качества опираются на положения стандарта ИСО 9001: 2000.

Примерами этого могут служить: в сфере европейского образования – Болонский процесс, в сфере профессионального туристского образования – развитие Всемирной туристской организацией системы сертификации WTO TedQual, Базельский процесс создания единого банковского европейского пространства и др.

Создание собственной системы менеджмента качества (СМК) высшим учебным заведением, специализирующимся в сфере профессионального туристского образования на российском рынке образовательных услуг, в соответствии с требованиями базового в области менеджмента качества международного стандарта ISO 9001: 2000 и корректировка действующей СМК организации в соответствии с требованиями системы сертификации WTO TedQual – важный комплекс мероприятий в условиях Болонского процесса и развития международного сотрудничества. Практическое применение таких инструментов, как WTO TedQual, ISO 9001: 2000 служит серьезной поддержкой для той организации, которая стремится определять политику качества и формировать требования и стандарты на национальном рынке образовательных услуг в сфере профессионального туристского образования.

Международная сертификация системы менеджмента качества необходима образовательному учреждению профессионального туристского образования не только для повышения собственного престижа, но, и как инструмент, обеспечивающий участие в рамках членства во Всемирной туристской организации в процессе формирования системы профессионального туристского образования (через участие в работе Образовательного Совета Всемирной туристской организации ООН).

В этой связи интересен опыт РМАТ, реализуемый совместно с ведущим в Европе образовательным учреждением в сфере туризма и гостеприимства Институтом VATEL (Ним, Франция). Проект и заключенный договор по трансферу европейского стандарта образования позволили РМАТ начать подготовку бакалавров по методикам и программам всемирно признанной

школы гостеприимства. Квалификация выпускников программы VATEL-RMAT будет подтверждаться выдачей государственного диплома РФ, диплома Института Vatel и сертификата EURHODIP – Ассоциации ведущих европейских школ гостеприимства.

Анализируя требования бизнеса в отношении подготовки специалистов для отрасли, актуальным на наш взгляд становится и мнение выпускников, работающих по специальности.

Так, менеджеры туристических фирм, получившие высшее профильное образование 1-3 года назад указывают на то, что осознание специфики отрасли на студенческой скамье у них отсутствовало; больше всего им запомнились профессиональные дисциплины.

Вопрос о том, какие знания, полученные на студенческой скамье больше всего востребованы в практической деятельности вводили молодых специалистов в замешательство. Услушанный ответ шокирует – «особо – ничего». И только после наводящих вопросов, менеджеры вспоминали освоение компьютера, изучение основ бухгалтерии, географию. Данная точка зрения полностью совпадает с мнением владельцев бизнеса[1].

Больше всего, по мнению молодых специалистов, востребованы знания географии, культуры различных стран, «плюсы и минусы» с точки зрения туриста той или иной страны. Особое внимание следует уделить развитию коммуникативных навыков, изучение психологии общения, техники продаж.

В качестве значимых профессиональных качеств менеджеры по туризму на первое место ставят умение общаться, открытость клиенту, умение расположить, убедить в своей правоте, а так же ответственность. «Ответственность – самое важное в нашей работе. Бронь – это даже меньше, чем пол дела. Дальше возникают билеты, визы... Одна ошибка – и тур не состоится». Молодые специалисты подчеркивают, что работа в турфирме – это работа в сфере продаж; для профессионального роста необходимы целеустремленность, постоянное саморазвитие, умение обозначать цели, настойчивость. Во многом, закреплению в отрасли, по мнению выпускников,

способствуют стажировки, прохождение практики в туристических фирмах, у туроператоров.

Остается надеяться, что в процессе перехода в России на новые образовательные стандарты вышеобозначенные проблемы будут постепенно решаться.

#### Литература

1. Тесленко И.В. Профессиональная культура и образование в туристической сфере // Социология. 2010. №3. С. 120 – 125.
2. Федюлин А. Дискуссия // Турбизнес. 2003. № 16. С. 51.

Толкачев А.Г., Талицкий Г.О.,  
г. Екатеринбург

#### СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ДЕПРЕССИВНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Депрессивной территорией считается локальное территориальное образование, характеризующееся разительным и устойчивым отставанием по главным социально-экономическим показателям от других регионов. Критерием отнесения какого-либо региона к депрессивному является ситуация, при которой ресурсы для саморазрешения кризиса либо ограничены, либо отсутствуют вообще. Сама депрессивность определяется следующими причинами: низким уровнем заработной платы по причине сосредоточения в регионе отраслей с низкооплачиваемыми рабочими местами; специализацией района на тех видах деятельности, в которых сложилась трудоизбыточная структура занятости; неконкурентоспособностью производств по сравнению с другими регионами; длительным оттоком активного населения; удаленностью от крупных экономических центров; утратой бывшей престижности региона.

Основными признаками депрессивных территорий являются: